

臺灣高雄地方法院刑事判決

112年度審自字第12號

自訴人 伊詩嘉國際企業有限公司

法定代理人 謝嘉容

自訴代理人 李榮唐律師

陳欣怡律師

蔡綺奇律師

被告 馬煒洵

上列被告因違反商標法等案件，經自訴人提起自訴，本院判決如下：

主 文

馬煒洵無罪。

理 由

一、自訴意旨略以：被告馬煒洵為美的趨勢生醫有限公司（下稱美的趨勢公司）之負責人，與自訴人伊詩嘉國際企業有限公司（下稱伊詩嘉公司）同為美容、保養品之同業，明知「賦活奇肌」商標圖樣（墨色、平面，註冊審定號00000000號），經自訴人伊詩嘉公司於民國105年11月16日向經濟部智慧財產局（下稱智慧財產局）申請註冊取得商標權（專用期限至115年11月15日），指定使用於化妝品、面膜、保養品等商品及服務，且現仍在專用期限內，經自訴人長期推廣，市場上消費者及同業均能清楚認識「賦活奇肌」為自訴人註冊商標，一聽聞「賦活奇肌」即會聯想到自訴人公司，被告未經商標權人授權或同意，不得於相同或類似之商品，使用相同或近似之註冊商標，亦不得販賣、意圖販賣而持有、陳列，竟自111年12月起，於附表所示之時間，於美的趨勢公司網站或網路電商平台網站，基於違反商標法第95條

01 第2款、第3款、同法第97條及刑法第253條之犯意，未經自
02 訴人之授權或同意，以「2.0激光賦活奇肌」、「賦活奇肌
03 魔法水」作為保養品外盒商品名稱或網頁廣告說明文字以進
04 行行銷或販售，而上開「2.0激光賦活奇肌」、「賦活奇肌
05 魔法水」與自訴人「賦活奇肌」商標圖樣相同或近似度極
06 高，被告公開行銷或販售上開侵權商品，而有致相關消費者
07 產生混淆誤認之虞，且被告於接獲自訴人要求將商品下架之
08 律師函後，被告仍繼續基於行銷之目的，公開行銷或販售上
09 開侵權商品，顯有侵害自訴人註冊商標之故意，甚至難謂無
10 欺騙他人而刻意偽造或仿造已登記商標之意圖；因認被告涉
11 犯商標法第95條第2款、第3款、同法第97條及刑法第253條
12 之罪嫌等語。

13 二、按不能證明被告犯罪者，應諭知無罪之判決，刑事訴訟法第
14 301條第1項定有明文。又事實之認定，應憑證據，如未能發
15 現相當證據，或證據不足以證明，自不能以推測或擬制之方
16 法，以為裁判基礎。而認定犯罪事實所憑之證據，雖不以直
17 接證據為限，間接證據亦包括在內，然而無論直接證據或間
18 接證據，其為訴訟上之證明，須於通常一般之人均不致有所
19 懷疑，而得確信其為真實之程度者，始得據為有罪之認定，
20 倘其證明尚未達到此一程度，而有合理之懷疑存在，而無從
21 使事實審法院得有罪之確信時，即應由法院為諭知被告無罪
22 之判決。再檢察官就被告犯罪事實，應負舉證責任，並指出
23 證明之方法，此項規定，於自訴程序同有適用。因此，自訴
24 人對於自訴之犯罪事實，應負實質之舉證責任。倘自訴人所
25 提出之證據，不足為被告有罪之積極證明，或其闡明之證明
26 方法，無從說服法院形成被告有罪之心證，基於無罪推定之
27 原則，自應為被告無罪之諭知(最高法院97年度台上字第768
28 號判決意旨參照)。

29 三、自訴意旨認被告涉犯上開商標法第95條第2款、第3款、同法
30 第97條及刑法第253條等罪嫌，無非係以智慧財產局商標註
31 冊查詢結果、被告及自訴人所營之網頁擷圖、新聞報導、自

01 訴代理人律師函、被告之「2.0激光賦活奇肌」商品照片及
02 電商平台網站網頁擷圖等作為其主要論據。

03 四、訊據被告固坦承有於美的趨勢公司官方網站上提及「賦活奇
04 肌」，且有於商品容器外包裝使用「2.0激光賦活奇肌」字
05 樣，惟堅詞否認有何自訴人所指上開犯行，辯稱：伊公司商
06 標為「CREND」，於自訴人所提出之商品照片，亦可見伊係
07 使用「CREND」作為商標，並未將「賦活奇肌」當作商標使
08 用，「2.0激光賦活奇肌」僅係作為伊商品名稱及功效說
09 明，其中「賦活」代表的是賦與肌膚活力，在日語中「賦
10 活」也有激活、活化之意思，衛生福利部化妝品標示宣傳廣
11 告涉及虛偽誇大或醫療效能認定準則亦有指出「賦活」可用
12 於保養品針對肌膚之功效進行說明，「奇肌」指的則是產生
13 奇蹟般的凍齡肌膚，「2.0激光賦活奇肌」是指透過伊公司
14 獨家專利2.0激光技術可以賦予肌膚活力，讓使用者產生奇
15 蹟般的凍齡肌膚，且很多公司都有用「賦活」、「奇肌」來
16 宣傳保養品產品，自訴人所提之證據並無法證明「賦活奇
17 肌」在一般消費者心中已與自訴人公司產生聯想，被告於構
18 思商品名稱時，亦不知悉「賦活奇肌」為自訴人註冊商標，
19 至伊商品容器之外包裝是依照法規規定須標示產品品名，並
20 未將賦活奇肌作為商標使用，亦無針對賦活奇肌4個字做特
21 殊設計，顯無攀附自訴人商標之意圖，且於美的趨勢公司官
22 方網站亦有明確標示被告公司之商標及公司創立過程，並有
23 提供商標證明文件，顯無從致消費者產生混淆等語。經查：

24 (一)「賦活奇肌」商標圖樣（墨色、平面，註冊審定號00000000
25 號）經自訴人向智慧財產局申請註冊取得商標權，指定使用
26 於化妝品、面膜、保養品等商品及服務，且現仍在專用期限
27 內（專用期限至115年11月15日）；被告則為美的趨勢公司
28 負責人，且在美的趨勢公司網頁有敘及「賦活奇肌」，及有
29 於商品容器外包裝使用「2.0激光賦活奇肌」字樣等情，為
30 被告所承，並有智慧財產局商標註冊查詢結果、被告及自訴
31 人所營之網頁擷圖、被告之「2.0激光賦活奇肌」商品照片

01 及網路電商平台網站之網頁擷圖等存卷可佐，是此部分之事
02 實，堪可認定。

03 (二)按商標之使用，指為行銷之目的，而有下列情形之一，並足
04 以使相關消費者認識其為商標：一、將商標用於商品或其包
05 裝容器。二、持有、陳列、販賣、輸出或輸入前款之商品。
06 三、將商標用於與提供服務有關之物品。四、將商標用於與
07 商品或服務有關之商業文書或廣告。前項各款情形，以數位
08 影音、電子媒體、網路或其他媒介物方式為之者，亦同，商
09 標法第5 條定有明文。是商標之使用應具備下列要件：①使
10 用人係基於行銷商品或服務之目的而使用；②需有上述使用
11 商標之客觀行為；③需足以使相關消費者認識其為商標，此
12 乃商標使用之要件。易言之，商標之主要功能既在於識別商
13 品或服務之來源，俾以保護商標權人之財產權，並維護市場
14 之公平競爭，進而保障消費者或其他市場參與人之經濟利
15 益。是以，商標之使用，於交易過程中，使用人於主觀上自
16 須基於表彰商品或服務來源之意圖，客觀上亦須使商品或服
17 務之相關消費者，認識其係用以表彰商品或服務之來源，並
18 藉以與他人之商品或服務區別，如使用人客觀上縱有將商標
19 用於商品或服務之事實，惟審酌其使用方法，倘係以符合商
20 業交易習慣之誠實信用方法，將商標用以表示商品或服務之
21 名稱、形狀、品質、性質、特性、用途、產地或其他有關商
22 品或服務本身之說明，而不具有商標使用之意思者，相關消
23 費者亦非將該標示作為商品或服務之辨識來源，即非屬商標
24 之使用。再按商標法第36條第1項第1款規定：「下列情形，
25 不受他人商標權之效力所拘束：一、以符合商業交易習慣之
26 誠實信用方法，表示自己之姓名、名稱，或其商品或服務之
27 名稱、形狀、品質、性質、特性、用途、產地或其他有關商
28 品或服務本身之說明，非作為商標使用者。」，此為「描述
29 性合理使用」，意指第三人以他人商標來描述自己商品或服
30 務之名稱、形狀、品質、性質、特性、產地等，此種方式之
31 使用，並非利用他人商標指示商品或服務來源之功能，純粹

01 作為第三人商品或服務本身之說明，商標權人取得之權利，
02 係排除第三人將其商標作為第三人指示自己商品或服務來源
03 之使用，第三人所為之使用既非用以指示來源，即非屬商標
04 權效力拘束範圍。至於判斷是否作為商標使用，應綜合審酌
05 其平面圖像、數位影音或電子媒體等版（畫）面之前後配
06 置、字體字型、字樣大小、顏色及設計有無特別顯著性，並
07 考量其使用性質是否足使消費者藉以區別所表彰之商品或服
08 務來源，暨使用目的是否具有影射或攀附他人商譽之意圖等
09 相關證據綜合判斷，如行為人於交易過程中，以行銷為目的
10 將他人商標用以辨識商品之來源，即屬商標使用，反之，如
11 係將他人商標來描述自己商品或服務之名稱、形狀、品質、
12 性質、特性、產地等用途，而非利用他人商標指示商品或服
13 務之來源，即非屬商標之使用，而不構成侵害商標權之行
14 為。

15 (三)本案觀諸自訴人所提出之美的趨勢公司官方網站、網路電商
16 平台網站之網頁列印資料（詳自證8、自證10），該產品名
17 稱及廣告文宣中固有敘及「賦活奇肌」字樣，然該字樣之字
18 體與自訴人註冊商標並非完全相同，亦非單獨使用，而係標
19 示「2.0激光賦活奇肌」、「賦活奇肌魔法水」，復檢視網
20 頁版面編排、字體大小、字型之使用均未見有何特別強調
21 「賦活奇肌」字樣以藉此行銷公司商品之處，況依上開網頁
22 列印資料所示，可見美的趨勢公司官方網站網頁中即有明確

23 提供中華民國商標註冊證之照片（^{CREND}，註冊審定號0000
24 0000號），足認被告應僅是將賦活奇肌作為商品名稱以描述
25 其商品特性，而非係利用此字樣使消費者誤認其所販售商品
26 之來源為自訴人公司或與自訴人公司有何關聯性，復參以美
27 的趨勢公司其餘商品，並未見使用「賦活奇肌」字樣作為商
28 品名稱（見本院卷第115頁、第139頁），由此亦可證被告於
29 上開單一產品之名稱及廣告文宣使用「賦活奇肌」字樣，乃
30 屬符合商品名稱之商業交易習慣之誠實信用方法，應屬商標

01 法第36條第1項第1款「描述性合理使用」，尚難認係屬商標
02 之使用行為。

03 (四)另觀以自訴人提出之保養品外盒雖有標註「2.0激光賦活奇
04 肌」字樣（詳自證7），然細繹上開文字，相較該白色標籤
05 上其餘產品特性說明、產品成分、用法等文字，於字體字
06 型、字樣大小、顏色及設計均無特別顯著性，更有明顯標註
07 總代理商為美的趨勢公司，依一般社會通念，極易使消費者
08 將「2.0激光賦活奇肌」視為本件保養品之說明性文字，且

09 綜觀該保養品外盒視覺設計，其上有標記 CREND，字型明顯
10 較大，而以醒目的位置方式呈現，倘若被告有意使消費者混
11

12 淆以達到行銷之目的，當無在外盒再印製 CREND 圖樣之必
13 要，故消費者於通常交易時，如施以普通注意，應較容易注
14 意到上開圖樣，並以之作為識別本件商品來源之依據，是被
15 告於保養品外盒標註「2.0激光賦活奇肌」字樣乙節，應未
16 超出一般商業法則容許之商品名稱標示範圍，主觀上並無為
17 促成商品交易而使用自訴人註冊商標致消費者混淆之不當行
18 銷目的，而符合商標法第36條第1項第1款規定合理使用之範
19 疇。是縱令被告於收受自訴代理人律師函後，仍繼續於保養
20 品外盒標註「2.0激光賦活奇肌」字樣，及於官方網站提及
21 「賦活奇肌」字樣，依前揭說明，仍難謂被告主觀上有何侵
22 害自訴人商標權之故意。
23

24 (五)至就自訴人指訴被告尚涉有刑法第253條意圖欺騙他人而偽
25 造或仿造已登記之商標、商號罪嫌部分，自訴人並未提出任
26 何被告有「偽造」或「仿造」商標犯行之證據供本院審酌，
27 是無從遽論此部分罪嫌，併予指明。

28 五、綜上所述，依自訴人所提出之積極證據，尚未達於通常一般
29 人均不致有所懷疑，而得確信被告有自訴意旨所指違反商標
30 法第95條、第97條或刑法第253條之犯行，致無從說服本院
31 形成被告有罪之心證，自屬不能證明被告犯罪，揆諸前揭規

定及說明，自應諭知被告無罪之判決。
據上論斷，應依刑事訴訟法第343條、第301條第1項，判決如主
文。

中 華 民 國 113 年 9 月 25 日
刑事第五庭 法 官 翁碧玲

以上正本證明與原本無異。

如不服本判決應於收受判決後20日內向本院提出上訴書狀，並應
敘述具體理由。其未敘述上訴理由者，應於上訴期間屆滿後20日
內向本院補提理由書(均須按他造當事人之人數附繕本)「切勿逕
送上級法院」。

中 華 民 國 113 年 9 月 25 日
書記官 陳郁惠

【附表】

編號	銷售平台	時間	被告商品
1	被告官方購物網	111年12月13日	2.0激光賦活奇肌
2	蝦皮購物商城	112年3月25日	
3	蝦皮購物商城	112年5月22日	
4	蝦皮購物商城	112年6月29日	
5	被告官方購物網	111年12月13日	
6	MOMO購物網	111年12月7日	
7	蝦皮購物網	111年12月7日	
8	被告官方購物網	111年12月29日 112年3月29日	
9	MOMO購物網	111年12月29日 112年3月29日 112年3月31日	
10	蝦皮購物網	111年12月29日 112年3月29日	

(續上頁)

01

		112年3月31日	
11	蝦皮購物商城	112年3月29日 112年3月31日	
12	樂天市場	112年3月29日	